بازار جهانی

کاهش سهم گوگل از جست‌وجوهای اینترنتی

براساس بررسی‌های موسسه StatCounter، سهم یاهو در بازار جست‌وجوگرهای اینترنتی در آمریکا افزایش و در مقابل سهم گوگل کاهش یافته است. سهم گوگل در بازار یاد شده با کاهش ۳درصدی در ماه ژانویه در آمریکا به ۷۴.۸درصد کاهش یافت. رتبه دوم در این زمینه به موتور جست‌وجوی بینگ مایکروسافت با سهم ۱۲.۴درصدی رسیده است. رتبه سوم هم از آن یاهو با ۱۰.۹درصد است.

تخفیف ۱۰۰دلاری برای سرفیس‌پرو ۳ و عرضه نسخه جدید

مایکروسافت که در بازاریابی موفق تبلت سرفیس‌پرو توفیقی نداشته از یکسو ۱۰۰دلار تخفیف برای سرفیس‌پرو ۳ در نظر گرفته و از یکسو به‌دنبال عرضه مدل جدید این تبلت است. در حالی که برخی تحلیلگران در مورد موفقیت این تبلت‌ها و مزیت اقتصادی سرمایه‌گذاری گسترده مایکروسافت در این زمینه اظهار تردید می‌کنند، این شرکت هنوز قصد ندارد شکست خود در بازار یاد شده را بپذیرد و در تلاش برای کسب سهم گسترده‌تری از بازار تبلت است. افزایش RAM و دقت نمایشگر صفحه به ۲۱۶۰ در ۱۴۴۰ پیکسل و عرضه ۳مدل از این تبلت در قالب‌های ۱۴ و ۱۸اینچی برای جلب نظر مشتریان از جمله تحولات تبلت یادشده است.

پرده‌برداری از گلکسی خمیده سامسونگ در اسپانیا

سامسونگ اعلام کرد از مدل جدید گوشی گالکسی خود، در آغاز ماه مارس در شهر بارسلونای اسپانیا رونمایی خواهد کرد. شاید یکی از مهم‌ترین مولفه‌های این گوشی با نام احتمالی Galaxy S۶ ساخت بدنه آن از فلز باشد. سامسونگ معمولا گوشی‌های خود را به‌طور پلاستیکی طراحی می‌کند. همچنین گفته می‌شود بخشی از نمایشگر Galaxy S۶ به صورت خمیده طراحی می‌شود که از طریق آن دسترسی به برخی برنامه‌های مهم تسهیل می‌شود.

اپل محبوب‌ترین برند ثروتمندان چین

ظاهرا اپل به راز تسخیر قلوب ثروتمندان چینی پی برده، زیرا توانسته به محبوب‌ترین برند در میان این افراد مبدل شود. در این کشور نه‌تنها فروش آیفون از فروش دیگر گوشی‌های هوشمند در ۳ماهه چهارم سال ۲۰۱۴ پیشی گرفته، بلکه اپل توانسته در رقابت با دیگر برندهای پولساز همچون Louis Vuitton و Hermès گوی سبقت را بربایند و کاری کند که ثروتمندترین افراد این کشور ترجیح دهند برای هدیه‌دادن تولیدات آن را انتخاب کنند.

نظر خبر

واکنش‌های مردم به یک گزارش

ثروتمندستیزی مخاطبان

شهروند| روزنامه شهروند در گزارش صفحه ۴ روز شنبه یازدهم بهمن‌ماه به تحلیل فضای انتخابات اتاق‌های بازرگانی پرداخت. در این گزارش که مورد توجه بسیاری از سایت‌های خبری نیز واقع شد، طیف‌های حاضر در این انتخابات معرفی و در بخش‌های دیگری منافع حاصل از حضور فعالان بخش خصوصی در این تشکل بررسی شد. نظرات زیر اما بخشی از واکنش‌های مخاطبان این گزارش در رسانه‌های مختلف بوده است که در ادامه می‌خوانید:

•**تاجر ۲:** من خودم تاجرم و در جریان هستم برخی از اونایی که فعلا باقی مانده‌اند از رانت‌های مختلف بهره‌مند بوده‌اند (اطلاعاتی و رابطه‌ای و خویشاوندی) حل باید وجدان‌دار باشیم و قدر این نعمت را بدانیم و در این شرایط به فکر همه باشیم.

•**رئیس:** اعضای اتاق بازرگانی همگی از جمله سالم‌ترین افراد در حوزه اقتصاد هستند و دل‌نگران فضای کسب‌وکار و تجارت ایران با کشورهای خارجی به‌همین دلیل است که بخش مهمی از وقت خود را صرف حضور در اتاق‌های بازرگانی و حل و فصل و گفت‌وگو با دولتمردان می‌کنند؛ آن هم بدون دریافت حقوق.

•**ناشناس:** ثروتمندانی که با کار و تلاش و ایجاد اشتغال و ارزش افزوده برای کشور سرمایه اندوخته‌اند نه با رانت و اختلاس. درود بر همه آنها.

•**حامد:** عبارت صحیح و نزدیک به واقعیت و بدون توهین به طبقه خاص در این گزارش از نظر من این بود: در نگاه اول یک فرد معمولی جامعه با یک خرده و یک کارگر ساده با خواندن این جملات از خود می‌پرسد، چه فرقی «برای من» می‌کند چه کسی رأی بیاورد یا چه کسی عضو اتاق باشد؟ یا به عبارت دیگر چه دردی از من دوا می‌کند؟

•**عضو اتاق در جواب حامد:** دوست عزیز اعضای اتاق بازرگانی از امتیازاتی بهره‌مند می‌شوند که تاجرهای عادی یا خرده‌پا از آن محرومند. مثلا نزدیکی به ارکان قدرت و اطلاعات اضافی که موجب رونق کسب‌وکارشان می‌شود. در ثانی، حضور در اتاق برای یک بازرگان، یک ویژگی و بعنوعی پرستیژ است.

شهروند از تجارت فله‌ای و سوددهی تولید ایران به بازرگانان خارجی گزارش می‌دهد

صادرات فله‌ای؛ سود تجار خارجی از رنج ایرانی

◀ برخی کشورها مانع حضور کیفی کالای ایرانی هستند ◀ زعفران، پسته و خرمای ایران با بسته‌بندی خارجی پرفروش است

شهروند| برخی تاجران ایران در آن سوی مرزها با روش‌های نادرست تجارت، آبروی کالای ایرانی را به خطر می‌اندازند و این موضوع از قدر ادامه یافته که حالا موضوع صادرات فله و بی‌کیفیت کالاهای ایرانی انتقاد خیلی‌ها را به دنبال داشته است. در آن سوی مرزها و برخی کشورهای خاص می‌گویند ایرانی‌ها کالاهایشان را در گونی‌های کهنه و کارتون‌های پاره به مشتریان می‌فروشند. همین موضوع هم وجهه کالای ایرانی را در بازارهای بین‌المللی خراب کرده است. اما روی دیگر سکه حرف‌های تاجران ایرانی است. آنها می‌گویند صادرات فله هرگز ترجیح آنها نبوده است اما مشتریان خارجی به دنبال جذب ارزش افزوده کالاهای ایرانی برای خود هستند. آنها برای واردات کالای بسته‌بندی شده تعرفه‌های سنگین در نظر گرفته‌اند در عین این که هایپرمارکت‌های خارجی نیز به دلیل تحریم‌ها حاضر به خرید مستقیم کالای بسته‌بندی شده ایرانی‌ها نیستند. حالا تولیدکنندگان داخلی در کنار هفت‌خوان مشکلات تولید، از چالش‌هایشان در بازارهای جهانی می‌گویند. از چالش‌هایی که سود هنگفت فروش کالای ایرانی را به جیب‌ها خارجی می‌ریزد.

بازرگانان ایرانی جمعی کنند

کیسه‌های کهنه و چرکمرده پر از سیب که با طناب‌های رنگی محکم شده‌اند ساعت‌ها زیر نور آفتاب و در صفی طولانی قرار گرفته‌اند. نه بعضی از کیسه‌ها لکه‌های بزرگ به چشم می‌خورد. جابه‌جایی متعدد بارها، بخشی از محصول را از بین برده است. کامیون‌دارها می‌گویند تا رسیدن میوه به برای حدود یک سوم از محصولات فاسد می‌شود و به‌عنوان ضایعات به دامداری‌ها می‌رود. این جامرز پوویژختن کرمانشاه است و بارهای بزرگ میوه در انتظار ترخیص از گمرک و ورود به دروازه‌های عراق به سر می‌برند.

«هادی حنایی» مدیرعامل اتحادیه محصولات کشاورزی استان فارس با انتقاد از شیوه نامناسب صادرات میوه به خبرگزاری کشاورزی ایران می‌گوید کافی است یک‌بار تا نزدیکی مرزها بروید و ببینید که انواع مرغوب میوه ایرانی با چه وضعیتی صادر می‌شود. کیسه‌های کهنه و دست دوم، کارتون‌های پاره و بسته‌های بی‌هویت و بی‌نام و نشان که ابروی تجارت ایرانی را برده‌است.

این در شرایطی است که «محمد اسماعیل‌نیا» نایب‌رئیس کمیسیون کشاورزی مجلس نیز به صادرات کشمش مرغوب کاشمر در جعبه‌های موزائیک می‌کند و این موضوع را ابروریزی تجاری ایران لقب می‌دهد. اسماعیل‌نیا به مهر گفته است که کشمش صادراتی ایران نه‌تنها بسته‌بندی مناسب ندارد که حتی شسته و خشک نمی‌شود و با درصد بالای سولفور به اروپا و کشورهای خارجی صادر می‌شود که این موضوع اعتبار محصول ایرانی را زیر سوال برده است.

صادرات خرمای ایران با برندامارات

روی دیگر تجارت فله‌ای ایران، کشورهای خریدار هستند. حالا زعفران فله ما به اسپانیا می‌رود و در آن جا با بسته‌بندی‌های شکیل و زیبا با ۱۰ برابر سود به سایر کشورها صادر می‌شود. خرمای مرغوب ایرانی به امارات می‌رود و با برند عربی دوباره به کشورهای دیگر فروخته می‌شود و سیب بافسنان‌های دماوند دستچین شده و به صورت عددی در بازارهای ترکیه به فروش می‌رسد.

براساس اعلام فائو (سازمان خواروبار و کشاورزی) مساحت زیر کشت خرما در جهان حدود ۹۵۰هزار هکتار است که ۲۵۰هزار هکتار آن در ایران واقع شده است. همین گزارش، ایران را تولید حدود یک‌میلیون تن محصول، بزرگترین تولیدکننده خرما در جهان معرفی می‌کند. در این شرایطی است که نرخ هر کیلوگرم خرمای مرغوب اما فله ایران در بازار جهانی کمتر از یک دلار است و هر کیلوگرم خرمای عربستان، مصر و الجزایر با بسته‌بندی تا ۵ دلار نیز خرید و فروش می‌شود. همین موضوع باعث شده است که امارات یکی از بزرگترین مشتریان خرمای ایران باشد. «محمد میرهاشمی» عضو هیات‌مدیره اتحاد تولیدکنندگان و صادرکنندگان خشکبار خوزستان به ایسنا گفته است خرمای صادراتی ایران به صورت فله به دوبی و ترکیه فروخته شده و این کشورها با بسته‌بندی خرمای ایران، آن را با برند خود به سایر کشورها نظیر فرانسه و انگلستان عرضه می‌کنند.

واگذاری بازار پسته به دلیل ضعف بسته‌بندی

ماجرای غم‌انگیز این جاست که داستان بسته‌بندی بی‌کیفیت برای امپراتور صادرات غیرنفتی ایران نیز تکرار می‌شود. پسته ایران که تا دوسال گذشته پرچمدار صادرات غیرنفتی ایران به شمار می‌آمد و در تمام کشورهای دنیا شناخته شده بود، حالا توسط رقیب نوظهوری مثل آمریکا پس زده شده است و گفته می‌شود که چین نیز در حال آمادسازی خود برای ورود گسترده به این بازار است. آمریکا که با شیم تجاری نهال پسته ایران را به اقلیم خود برده و پرورش داده است در سال ۲۰۰۸ برای اولین بار به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان بزرگ پسته در جهان معرفی شد. ایالات متحده آمریکا از حدود دوسال پیش توانست با تولید پسته ارزان‌تر و به کمک غول تبلیغات و بسته‌بندی خود رقیب یک‌تا ۱۰ بازار پسته را کنار زده و به رتبه نخست صادرات پسته جهان برسد. حالا پسته از گاتیک و مرغوب ایرانی در گونی‌های بزرگ و بسته‌بندی غیراستاندارد از مرزها خارج شده و به دلیل نداشتن پوشش و بسته‌بندی مناسب به فارج سمی آفلاتوکسین آلوده می‌شود. همین موضوع بارها محموله‌های تجاری پسته را به کشور بازگردانده است. این در شرایطی است که بسته‌بندی استاندارد و وکیوم چند لایه می‌تواند پسته را تا ۲سال به صورت کاملا سالم و باکیفیت نگهداری کند. «محمد عبداللهی» رئیس موسسه تحقیقات پسته با تأیید این موضوع به سایت خبری صنعت غذا و کشاورزی می‌گوید خریداران پسته فله ایران، با بسته‌بندی و صدور مجدد آن حداقل ۲ برابر قیمت فروش تاجران ایرانی سود به جیب می‌زنند.

رقیب تازه ایران: زعفران افغانی با بسته‌بندی آمریکایی

زعفران، دیگر قربانی بزرگ فقر بسته‌بندی صادراتی است. ایران با صادرات ۷۵درصد از تولید سالانه خود به ۵قاره جهان بزرگترین صادرکننده زعفران در جهان به شمار می‌آید. این در شرایطی است که بنا به اعلام صندوق توسعه صادرات زعفران ایران، حدود ۷۰درصد از زعفران کشور به صورت فله صادر می‌شود که در این میان بزرگترین مشتریان زعفران ایران یعنی اسپانیا و امارات، پس از بسته‌بندی محصول ایرانی آن را با نام و برند خود به سایر کشورهای جهان عرضه می‌کنند. این در شرایطی است که حالا زعفران ایران رقیب تازه دیگری نیز پیدا کرده است. این رقیب کسی نیست جز افغانستان، که حالا با توسعه کشت زعفران خود و حمایت شرکت‌های آمریکایی به‌عنوان یکی از تهدیدهای جدی تجارت ایران مطرح شده است. «فرهاد سحرخیز» عضو هیأت‌مدیره صندوق توسعه صادرات زعفران، از شکل‌گیری شرکت‌های بسته‌بندی آمریکایی در افغانستان خبر می‌دهد و به اقتصادنیوز می‌گوید این کشور با توسعه کشت زعفران و سپس بسته‌بندی استاندارد توسط شرکت‌های آمریکایی یکی از رقبای بزرگ ایران در بازار بین‌المللی خواهدبود.

تجارت خارجی در دست غیرمتخصصان

موضوع فروش فله، تنها به همین چند قلم کالای عمده صادراتی محدود نمی‌شود و طیف گسترده‌ای از کالاهای ایرانی را در برمی‌گیرد. «مهینا محمدی» مدیرفروش و کارشناس تبلیغات یک شرکت تجاری دراین باره به «شهروند» می‌گوید: یک علت مهم صادرات فله محصولات ایرانی، تخصصی نبودن تجارت خارجی ایران است. بسیاری از تجار ایرانی با القبای رقابت در بازارهای بین‌المللی آشنا نیستند و نهاد خاصی سامانه‌دهی جدی این موضوع را بر عهده نگرفته است. این مسأله درحالی رخ می‌دهد که بسیاری از تاجران ایرانی حتی زمینه تخصصی برای فعالیت تجاری خود ندارند و دیده می‌شود که فردی یک‌سال میوه و خشکبار صادر می‌کند و سال دیگر به تجارت قیر و سنگ می‌پردازد. همین دیدگاه غیرتخصصی به تجارت خارجی، سبب می‌شود اعتبار کالای ایرانی در بازار جهانی مخدوش شود و سایر تجار نتوانند به راحتی اعتماد طرفین خارجی خود را به دست آورند.

۳ دلیل ناموفق بودن تجار ایرانی و فروش فله‌ای کالاهای داخل:

۱- فراهم نبودن زیرساخت‌های تولید و بسته‌بندی و قوانین و مقررات دست و پاگیر داخل و خارج

۲- نگاه تاجران و منفعت‌طلبی در فروش آسان فله‌ای به خریداران انبوه کالای بدون نشان

۳- فشار بازارهای خارجی برای ارزش افزوده‌گیری از کالای ایرانی با بسته‌بندی و نشان خارجی

...

او همچنین ادامه می‌دهد: بسته‌بندی حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد از هزینه تمام کالا را در برمی‌گیرد اما قادر است تا چند برابر این رقم ارزش افزوده ایجاد کند. جالب است که نتایج یک پژوهش در آمریکا نشان می‌دهد که ۷۰درصد مشتریان برای خرید یک کالا، در فروشگاه تصمیم‌گیری می‌کنند. این پژوهش به نقش بسته‌بندی و اطلاعات درج شده روی پوشش کالاها تأکید می‌کند و می‌گوید بسته‌بندی‌های استاندارد و جذاب می‌تواند تأثیر یک تیزر تلویزیونی ۵ ثانیه‌ای را برای مشتریان ایجاد کند.

محمدی به چالش‌های صنعت بسته‌بندی در کشور نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: در کشور ما عمده واحدهای بسته‌بندی به کارگاه‌های کوچک و کارگران آموزش ندیده خلاصه می‌شوند و اهمیت این موضوع در تجارت نادیده گرفته شده است. علاوه بر این بسیاری از فناوری‌ها و ماشین‌آلات جهانی و بسته‌بندی در کشور ما وجود ندارد که نیازمند سرمایه‌گذاری کلان در این حوزه است.

صادرات فله ترجیح تاجران نیست، مجبورند!

موضوع صادرات فله کالاهای ایرانی به ضعف صنعت بسته‌بندی منحصر نمی‌شود. عده‌ای از تجاران ایرانی به روی دیگر این سکه اشاره می‌کنند. چالشی که خود را در زمان وضع برخی قوانین منع صدور فله به رخ کشیده است. دولت در تیرماه امسال دوباره صادرات زعفران فله را آزاد کرد. براساس قوانین لغو شده، صادرکنندگان موظف بودند برای بسته‌های بیشتر از ۳۰ گرم عوارض صادراتی پرداخت کنند. این قوانین از سوی «محسن احتشام» نایب‌رئیس شورای ملی زعفران غیرکارشناسی توصیف شده است. او در این باره به «اقتصادنیوز» گفته است قوانین منع صدور فله زعفران، نه‌تنها باعث افزایش کیفیت بازار صادراتی این محصول نشد که وضع سیاست‌های کارشناسی نشده و عوارض صدور فله باعث شد که بازار کشورهای صنعتی از دست صادرکنندگان زعفران خارج شود.

تحریم‌ها و پهانه‌های خارجی‌ها

«بهرام گماری» تاجر زعفران نیز با تأکید بر این که صادرات فله ترجیح تجار ایرانی نیست، به «شهروند» می‌گوید: یکی از علل مهم صادرات فله این است که کشورهای وارد کننده با وضع تعرفه‌های بالا برای واردات محصول بسته‌بندی شده، تلاش می‌کنند ارزش افزوده کالای بسته‌بندی شده را از آن خود کنند. این در شرایطی است که آنها این تعرفه‌ها را برای واردات کالای فله اعمال نمی‌کنند یا ارقام بسیار پایین‌تری در نظر می‌گیرند. همین موضوع باعث می‌شود تجار خارجی برای خرید محصول فله اشتیاق بیشتری نشان دهند.

او ادامه می‌دهد: علت مهم دیگر موضوع تحریم و موانع نقل و انتقال پول است. تجار ایرانی به دلیل تحریم‌ها نمی‌توانند باهایپر مارکت‌ها و فروشگاه‌های بزرگ جهان به صورت مستقیم مبادله داشته باشند. این در شرایطی است که سایر کشورها با سهولت بیشتری محصولات بسته‌بندی خود را به هایپرمارکت‌های جهان می‌فروشند. اما ایرانی‌ها ناچارند با تاجران عمده وارد معامله شوند و تاجران عمده به خاطر برخورداری از سود بیشتر تنها به خرید فله کالای ایرانی رضایت می‌دهند.

اعتبار بیشتر کالای ایرانی با بسته‌بندی عربی

گماری به سایر موانع توسعه بسته‌بندی محصولات صادراتی اشاره و تأکید می‌کند: یک موضوع مهم دیگر در بحث صادرات این است که مشتریان خارجی به محصول بسته‌بندی شده ایران اعتماد ندارند. آنها تصور می‌کنند کالای بسته‌بندی شده ایرانی خلوص و کیفیت لازم را ندارد یا میزان تقلب در آن زیاد است. همین موضوع باعث می‌شود که در بازار جهانی به زعفران ایرانی که توسط امارات بسته‌بندی شده است اعتماد بیشتری وجود داشته باشد.

این تاجر درباره راهکارهای پیشنهادی خود برای حل این معضلات نیز می‌گوید: بخش مهمی از این مشکل با سیاست‌گذاری‌های کلان در حوزه روابط و تجارت خارجی حل می‌شود و از عهده تجارت خرد خارج است اما بخش قابل توجهی نیز به مسأله تبلیغات کالای ایرانی برمی‌گردد که دولت باید در این زمینه گام‌های اساسی بردارد. مشافقه کالای ایرانی در نمایشگاه‌های خارجی حضور پررنگی ندارد و همین مسأله باعث می‌شود که کیفیت محصول ایرانی برای مشتریان خارجی ناشناخته بماند. این در شرایطی است که اگر کالای مرغوب ایرانی در نمایشگاه‌های خارجی دیده شود بسیاری از مشتریان به راحتی کالای ایرانی را با بسته‌بندی کشور مبدا یعنی ایران خریداری می‌کنند. گماری در پایان تأکید می‌کند: درحالی که بسیاری از کشورهای جهان از جمله ترکیه و امارات برای حضور تولیدکنندگان خود در نمایشگاه‌های خارجی به آنها یارانه ویژه اختصاص می‌دهند متاسفانه در کشور ما تجار باهزار و یک مانع و سنگ‌اندازی بروکراسی اداری درگیرند و همین مسأله گاهی باعث می‌شود تولیدکنندگان و تجار ایرانی فرصت حضور در نمایشگاه‌های خارجی را از دست بدهند.

یکی دیگر از راهکارهای کارشناسان برای حل مشکل صادرات فله کالای ایرانی، ایجاد شرکت‌های بسته‌بندی خارجی در ایران است. این کارشناسان می‌گویند چنانچه کشورهای خارجی به احداث واحد بسته‌بندی در ایران ترغیب کنیم علاوه بر آن که می‌توان با سهولت بیشتری برای محصولات ایرانی مشتری جذب کنیم، قادر خواهیم بود از خروج بخش قابل توجهی از ارزش افزوده کالاهای ایرانی جلوگیری کنیم.

نوبرانه

این تشک شما را برای خواب آماده می‌کند!

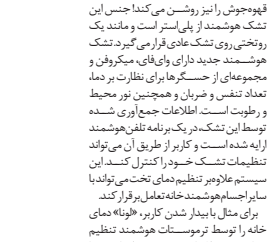
تشکی که تمام کارهای شما را انجام می‌دهد

شهروند| تشک «لونا» یکی از جدیدترین انواع تشک هوشمند است که به‌تازگی وارد بازار جهانی شده است. این تشک به‌طور خودکار دمای مناسب برای خواب کاربر خود را تنظیم می‌کند و در زمان بیدار شدن او دستگاه قهوه‌جوش را نیز روشن می‌کند! جنس این تشک هوشمند از پلی‌استر است و مانند یک روتختی روی تشک عادی قرار می‌گیرد. تشک هوشمند جدید دارای وای‌فای، میکروفن و مجموعه‌ای از حسگرها برای نظارت بر دما، تعداد تنفس و ضربان و همچنین نور محیط و رطوبت است. اطلاعات جمع‌آوری شده توسط این تشک، در یک برنامه تلفن هوشمند ارایه شده است و کاربر از طریق آن می‌تواند تنظیمات تشک خود را کنترل کند. این سیستم علاوه بر تنظیم دمای تخت می‌تواند با سایر اجسام هوشمند خانه تعامل برقرار کند.

برای مثال با بیدار شدن کاربر، «لونا» دمای خانه را توسط ترموستات هوشمند تنظیم می‌کند، چراغ‌های هوشمند را خاموش یا روشن می‌کند، امنیت خانه را با قفل‌های هوشمند تنظیم کرده، سیستم استریو را خاموش و قهوه‌جوش وای‌فای را روشن می‌کند. قیمت این تشک‌ها ۱۹۹ تا ۲۲۹ دلار است. برای این تشک‌ها، ۱۰ دلار تخفیف برای پیش‌سفارش در دسترس قرار دارد.

نرخ‌نامه

نرخ انواع تجهیزات عکاسی در بازار ایران

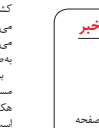


شهروند| تجهیزات دوربین عکاسی در بازار ایران بین ۱۰ هزار تا ۲۳ میلیون تومان قیمت دارد. گران‌ترین آنها لنزهای دوربین است که به‌طور میانگین ۵میلیون تومان قیمت دارند و ارزان‌ترین آنها تجهیزات کوچکی مانند کابل و اتصالات و باتری و شارژر است. در این جدول کمترین و بیشترین نرخ لوازم عکاسی در بازار ایران لیست شده است.

انواع تجهیزات عکاسی	
کالا	بازه قیمت (هزار تومان)
لنز دوربین	۳۵۰هزار-۲۳میلیون تومان
تجهیزات نورپردازی	۱۵ هزار-۲میلیون و ۸۰۰ هزار تومان
کیف دوربین	۱۵ هزار-یک‌میلیون تومان
کیف لنز و سه‌پایه	۲۰ هزار-۱۶۵ هزار تومان
سه‌پایه و تجهیزات حرکتی	۵۰ هزار-۳میلیون تومان
لوازم جانبی دوربین	۳۵ هزار-۳۰۰ هزار تومان
لوازم جانبی لنز	۱۲ هزار-یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار تومان
باتری و شارژر	۱۵ هزار-یک‌میلیون و ۵۰۰
تمیزکننده‌ها	۱۰ هزار-۷۰ هزار تومان

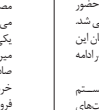
پرسه در بازار

عرضه پرتقال ارزان از ۱۵ اسفند



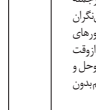
دلاور حیدرپور، رئیس سازمان جهاد کشاورزی مازندران با اشاره به این که از هفته جاری بسته‌بندی و حمل محصول به استان‌ها آغاز شده است، اضافه کرد: ذخیره‌سازی به اندازه کافی انجام شده و از ۱۵ اسفندماه در سراسر کشور توزیع می‌شود. گفت: ذخیره‌سازی به اندازه کافی انجام شده است و پرتقال با قیمت ۲۶۰۰ تومان از کشاورز خریداری شده و تقریبا با همین نرخ به بازار عرضه می‌شود.

عسل چینی بدون دخالت زنبور تولید می‌شود



در شرایطی که مسئولان از قاچاقی بودن عسل چینی صحبت می‌کنند این نوع عسل تقلبی به وفور در بازار یافت می‌شود. به گفته تولیدکنندگان، عسل‌های چینی حتی به وبترین فروشگاه‌های زنجیرهای نیز راه پیدا کرده است. آنها می‌گویند در فرآیند تولید عسل چینی زنبور نقشی ندارد و این نوع عسل از مواد مختلف و به وسیله فعل‌وانفعالات در کارگاه‌ها ساخته می‌شود.

فساد ۲۲درصدی ذخایر میوه شب عید در انبارها



حسین مهاجران، رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی تهران اعلام کرد به دلیل سستی بودن انبارهای میوه، هر سال ۱۷ تا ۲۲درصد ضایعات داریم که همین موضوع باعث کاهش ذخایر و افزایش قیمت میوه در شب عید می‌شود. او همچنین تأکید کرد: فروشندگان، پرتقالی را که در سال‌های گذشته ۷۰۰ تومان می‌خریدند، امسال ۲۰۰۰ تومان از کشاورز خریداری کرده‌اند، بنابراین افزایش قیمت میوه در شب عید محتمل است.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی (یک مرحله ای)
به شماره ۹۳/۷۷/۹

NSCERT
جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
سازمان راهداری وحمل ونقل جاده‌ای
اداره کل حمل ونقل وپایانه‌های استان چهارمحال وبختیاری

۱- مناقصه گذار : اداره کل حمل ونقل وپایانه های استان چهار محال وبختیاری واقع در شهرکرد- بلوار طالقانی مجتمع ادارات- روبروی فرمانداری تلفن: ۳-۳۲۴۴۴۸۵۲ نمابر: ۳۲۲۵۰۹۹۷ کدپستی: ۸۸۱۷۶۵۳۴۴۹
آدرس الکترونیکی www.charmahal.rmto.ir پست الکترونیک charmahal@rmto.ir
۲- موضوع مناقصه : طراحی،ساخت و نصب پل فلزی عابر پیاده روستای دهنو واقع در محور فارسان - کوهرنگ
۳-مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۱۵۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ضمانت نامه بانکی یا مدت اعتبار حداقل سه ماه

مهلت دریافت اسناد مناقصه	مهلت تحویل پیشنهاد	تاریخ اعتبار پیشنهاد	تاریخ،محل و ساعت بازگشائی پاکت ها
۹۳/۱۱/۲۱	۹۳/۱۲/۰۵	حداقل سه ماه بعد از اعلام برنده	۹۳/۱۲/۰۶ ۱۰صبح- دفتر مدیرکل

۴- محل دریافت اسناد مناقصه: پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس: http://iets.mporg.ir
۵- محل تحویل پیشنهادات: دبیرخانه اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان
۶- مبلغ برآورد: ۱/۹۱۴/۷۳۶/۱۳۲ ریال
۷- سایر اطلاعات در اسناد مناقصه و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس: http://iets.mporg.ir
۸- هزینه انتشار آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود
اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان چهار محال وبختیاری